

BAB I

PENDAHULUAN

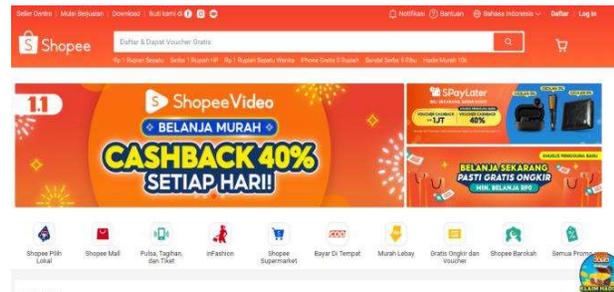
1.1. Latar Belakang

Dengan bertambahnya tahun akan berpengaruh juga dengan makin majunya kehidupan manusia, sehingga perkembangan teknologi kurang lebihnya banyak mengubah segala aspek dalam kehidupan manusia. Termasuk juga dengan cara mereka melakukan transaksi jual beli. Transaksi jual beli yang dimaksud adalah dengan memanfaatkan media online. Dengan berkembangnya teknologi juga lah yang membuat para pengusaha/penjual memanfaatkan media elektronik untuk dapat dengan mudah mendekati diri kepada calon konsumennya. Salah satu cara yang dapat dilakukan penjual agar mencapai konsumen potensial adalah dengan menggunakan perkembangan teknologi informasi yang ada.

Perkembangan teknologi yang mulai semakin maju dari masa ke masa membuat makin banyak juga masyarakat yang mulai memanfaatkannya mulai dari remaja hingga dewasa. Dan makin banyak juga yang menggunakannya untuk memulai usaha jual beli yang dilakukan secara online, atau yang biasa disebut *e-commerce*. Dari pada berjualan secara konvensional yang mana penjual dan pembeli harus bertemu di tempat secara langsung maka lebih efisien jika berjualan memakai platform jual beli online, selain efisien waktu pembeli juga akan lebih mudah mendapat informasi untuk produk yang akan mereka beli (Hartono et al., 2021).

Sekarang kegiatan jual beli yang biasanya dilakukan secara tatap muka, dengan adanya teknologi kini dapat dilakukan secara online. Aktivitas ini dikenal dengan istilah *e-commerce* yang merupakan singkatan dari perdagangan elektronik. Munculnya beragam *e-commerce* ini membuat para penjual di bidang yang sama saling berkompetisi menciptakan strategi-strategi yang inovatif untuk melayani hasrat belanja konsumen. *E-commerce* dapat membantu penjual untuk memperluas jangkauan penjualannya secara global dan dengan waktu yang relatif singkat serta biaya yang efisien. *E-commerce* adalah *platform* belanja online yang memberikan kemudahan bagi konsumen untuk dapat berbelanja sesuai keperluan (Tondang, 2022). Hal ini dikarenakan *e-commerce* tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Konsumen dapat berbelanja dari mana saja dan kapan saja. Selain itu, *e-commerce* juga dapat menekan biaya operasional perusahaan, seperti biaya sewa tempat, biaya pegawai, dan biaya promosi.

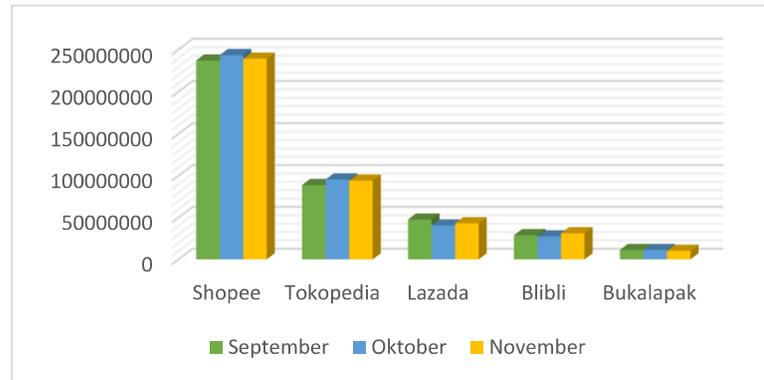
Pertumbuhan bisnis *e-commerce* yang semakin meningkat besar dan cepat di Indonesia menyebabkan banyaknya *e-commerce* lainnya bermunculan serta menawarkan keuntungan dan kemudahan yang beragam serta menimbulkan persaingan yang semakin sengit antar *e-commerce* besar di Indonesia dalam persaingan peringkat pertama diberbagai aspek. Salah satu *e-commerce* penyedia toko online terbesar di Indonesia adalah Shopee (Nastiti et al., 2020) .



Gambar 1.1 Shopee

Shopee adalah perusahaan *start up* asal Singapore yang mulai masuk ke Indonesia sejak Desember 2015 lalu. Saat pertama kali hadir shopee di 7 negara asia tenggara (Singapore, Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, Philippines, dan Indonesia) shopee sangat populer khususnya di Indonesia. Kepopuleran ini tidak lepas dari berbagai macam promosi yang mereka keluarkan mulai dari 9.9 Super Shopping Day, Shopee Mall, Shopee Live, Lucky Prize yang merupakan game pertama yang mereka kembangkan hingga ShopeePay yang diluncurkan pada tahun 2018 sebagai alat pembayaran elektronik yang membantu para pengguna untuk melakukan transaksi pembayaran. Pada bulan November Shopee berhasil menduduki posisi nomor satu dengan jumlah pengunjung mencapai 239,2 juta. Walaupun jumlah ini lebih sedikit dari bulan Oktober yang mencapai 243,4 juta, namun nyatanya shopee masih menjadi aplikasi *e-commerce* dengan jumlah pengunjung terbanyak pada tahun 2023.

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung E-commerce Periode September-November 2023



Sumber: Similarweb Shopee (2023)

Berdasarkan table 1.1 shopee menjadi yang paling banyak di kunjungi dari ke aplikasi 5 aplikasi *e-commerce* di Indonesia. Pada periode bulan September-November aplikasi Shopee memimpin dengan jumlah kunjungan terbanyak mencapai 239,2 juta. Dan di posisi nomor dua ada Tokopedia dengan jumlah pengunjung sebanyak 94,2 juta menurun dari bulan sebelumnya sebanyak 95,5 juta pengunjung. Lalu disusul Lazada dan Blibli dengan jumlah pengunjung sebanyak 43,2 juta dan 31,3 juta. Selain Shopee Lazada dan Blibli di bulan November mengalami kenaikan pengunjung dari bulan sebelumnya. Kemudian di posisi terakhir ada Bukalapak dengan jumlah pengunjung sebanyak 10,3 juta pengunjung.

Dengan data jumlah pengunjung di atas tentunya dapat membuktikan jika shopee masih menduduki posisi no 1 di Indonesia. Walaupun banyak competitor yang mencoba untuk berkompetisi dengan berbagai promosi yang

hampir sama dengan shopee. Kemudian kita akan melihat data pengunjung shopee berdasarkan rentan usia dari remaja hingga dewasa.

Dalam laman Similarweb 2023 dilakukan survey terhadap pengguna shopee berdasarkan usia yang terdiri dari 56,64% laki-laki dan 43,36% perempuan. Berikut table yang menjelaskan data pengguna shopee di Indonesia berdasarkan usia.

Tabel 1. 2 Data Berdasarkan Usia Pengunjung Shopee

No	Usia	Presentase
1	18 – 24	26.88%
2	25 – 34	36.12%
3	35 – 44	15.72%
4	45 – 54	11.04%
5	55 – 64	6.34%
6	65 +	3.90%

Sumber: Similarweb Shopee (2023)

Berdasarkan tabel 1.2 pengguna Shopee rentan usia 25-34 tahun menjadi yang paling banyak menggunakan aplikasi sebesar 36.12%. Sedangkan untuk presentase terkecil sebesar 3.9% ada direntang usia 65+. Dari data table di atas pengguna Shopee di dominasi oleh generasi milenial.

Generasi ini menggunakan teknologi pada setiap aktifitas mereka, dengan memanfaatkannya teknologi untuk mencari informasi ataupun untuk bekerja dan berbagai hal produktif lainnya (Engka et al., 2021). Dalam buku *Generasi Milenial* karangan (Madiistriyatno, 2020), generasi milenial merupakan generasi yang lahir dalam kurung waktu tahun 1980 hingga 2000 atau yang berusia 22 sampai 42 tahun di tahun 2022. Dari survey di atas kita dapat melihat target marketing shopee sangat luas dan tidak memandang usia. Karena dari remaja hingga dewasa mereka banyak menggunakan aplikasi shopee untuk membeli berbagai kebutuhan sehari-hari sampai keinginan lainnya.

Payment System adalah sebuah alat yang digunakan untuk melakukan pemindahan dana atau transaksi jual beli yang sekarang juga dibantu oleh teknologi. Dengan perkembangan Indonesia yang makin pesat membuat alat pembayaran terus berkembang dari alat pembayaran tunai ke alat pembayaran nontunai. Salah satu alat pembayaran nontunai adalah transaksi yang dilakukan dengan memanfaatkan sistem elektronik. Sistem pembayaran elektronik memberikan kemudahan proses transaksi dalam e-commerce antara konsumen dan penjual. Manfaat sistem pembayaran elektronik bagi pembayar, penerima pembayaran, e-commerce, bank, dan pemerintah adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Pembeli: kemudahan saat melakukan transaksi, keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi, menghemat biaya, efisien waktu.

- b. Bagi Penjual: efisiensi waktu, peningkatan penjualan, dan loyalitas pelanggan.
- c. Bagi e-commerce: peningkatan pengguna aplikasi, kepuasan pelanggan, dan keamanan dan kenyamanan dalam transaksi.
- d. Bagi Pemerintah: peningkatan penerimaan pajak.

Pengembangan dan adopsi teknologi dalam sistem pembayaran elektronik menyebabkan meluasnya sistem pembayaran elektronik di Indonesia dan dunia. Sistem pembayaran elektronik yang efisien dan andal memungkinkan pembayaran lebih cepat, pelacakan lebih baik, transaksi yang transparan, pengurangan penggunaan waktu, penghematan biaya, dan peningkatan kepercayaan antara penjual dan pembeli. Dengan sistem pembayaran elektronik melibatkan transaksi keuangan, pengguna yang berasimilasi dan teknologi pembayaran elektronik yang berkualitas cenderung membentuk persepsi dan harapan mereka sendiri.

Sistem pembayaran elektronik kini sudah umum digunakan seperti transaksi melalui ATM, penggunaan kartu kredit atau debit, melalui perbankan online, dan mobile banking. Pembayaran elektronik menyediakan penghematan biaya yang signifikan pada pembayaran berbasis kertas. Berikut adalah beberapa contoh sistem pembayaran elektronik yang umum digunakan di Indonesia: kartu kredit, kartu debit, transfer bank, pembayaran online, dan uang elektronik. Pembayaran elektronik memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan keamanan dalam bertransaksi.

Dengan semakin berkembangnya teknologi, sistem pembayaran elektronik akan semakin mudah, cepat, dan aman digunakan.

Salah satu *payment system* di aplikasi shopee yang sangat membantu dalam transaksi jual beli adalah ShopeePay. ShopeePay sendiri adalah fitur layanan uang elektronik yang digunakan untuk metode pembayaran secara online. Dalam ShopeePay juga banyak keuntungan antara lain: voucher, cashback, melakukan transaksi antar bank kemana saja dengan bebas biaya admin, dan gratis ongkir lebih banyak.



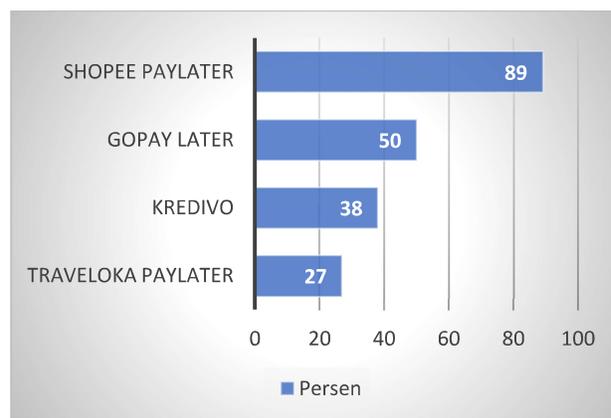
Gambar 1.2 ShopeePay

Untuk menambah minat penggunaanya Shopee mengeluarkan fitur Shopee Pay Later atau fitur “Beli Sekarang, Bayar Nanti”. Saat fitur ini muncul banyak pengguna Shopee yang memanfaatkan dengan membeli produk dan membayar dengan cara mencicil selama beberapa waktu yang sudah di tentukan Untuk Rincian bunga dan jenis pembayaran antara lain cicilan 1, 3, 6, hingga 12 kali/bulan dan untuk pengguna khusus yang terpilih dapat melakukan cicilan hingga 18 dan 24 kali/bulan. Untuk biaya penanganan setiap 1x kali transaksi sebesar 1% dengan minimal suku bunga sebesar 2,95% dari total pembayaran. Dan bagi pengguna yang sampai telat bayar atau jatuh tempo dalam melakukan

pembayaran akan dikenakan denda 5% per bulan dari seluruh total tagihan yang telat di bayarkan (Sulistiyaningsih et al., 2023).

Jika dilihat dari data table 2.1 diatas Pengguna Shopee Paylater di bulan oktober tahun 2023 paling tinggi persentasenya sebesar 89% disusul Gopay Later 50%, Kredivo 38% dan Traveloka Paylater sebesar 27%. Untuk mayoritas pengguna paling banyak ada di usia 18-25 tahun (55%) dan untuk usia 26-35 tahun sebanyak 31%.

Tabel 1. 3 Data Pengguna Paylater Oktober 2023



Sumber: Databoks 2023

Kemudahan adalah keyakinannya, kemudahan transaksi dengan bantuan teknologi akan membebaskan seseorang dari permasalahan yang ada. Semakin mudah suatu teknologi diimplementasikan dan digunakan, maka semakin banyak manfaat yang dapat diperoleh (Soleha & Hidayah, 2022).

Teknologi dapat membantu meningkatkan kemudahan transaksi dengan berbagai cara, misalnya:

- a. Mempercepat proses transaksi. Teknologi dapat membantu mempercepat proses transaksi dengan mengurangi jumlah langkah yang diperlukan. Misalnya, transaksi online dapat dilakukan dengan hanya beberapa klik saja, tanpa perlu mengisi formulir atau antre di kasir.
- b. Meringankan persyaratan transaksi. Teknologi dapat membantu meringankan persyaratan transaksi dengan membuat prosesnya lebih otomatis. Misalnya, transaksi dengan e-wallet hanya memerlukan nomor ponsel dan PIN, tanpa perlu membawa kartu atau uang tunai.

Kemudahan transaksi dapat membebaskan masyarakat dari permasalahan yang ada, baik dari segi waktu, biaya, maupun tenaga. Misalnya, kemudahan transaksi online dapat menghemat waktu dan tenaga masyarakat karena mereka tidak perlu pergi ke toko atau bank untuk melakukan transaksi. Selain itu, kemudahan transaksi juga dapat membantu masyarakat menghemat biaya, karena mereka tidak perlu membayar biaya transportasi atau parkir.

Pernyataan di atas juga mengungkapkan bahwa semakin mudah suatu teknologi diimplementasikan dan digunakan, maka semakin banyak manfaat yang dapat diperoleh. Hal ini karena teknologi yang mudah digunakan akan lebih diterima oleh masyarakat dan akan lebih sering digunakan. Oleh karena

itu, penting bagi pengembang teknologi untuk memperhatikan aspek kemudahan penggunaan saat mengembangkan teknologi baru.

Keamanan adalah salah satu faktor yang sangat memprihatinkan bagi kami. Adanya kemungkinan kejahatan yang sering banyak dialami dalam transaksi jual beli antara lain, peretasan kartu kredit, dan pengambilan data pribadi, dapat terjadi ketika infrastruktur sistem informasi keamanan tingkat e-commerce masih lemah (Sawhani, 2021). Selain itu, kenyamanan menjadi faktor keamanan dalam mengambil keputusan belanja online. Kenyamanan adalah sejauh mana seseorang yakin bahwa suatu teknologi mudah digunakan. Konsep ini menjelaskan manfaat sistem informasi. Di Shopee, pembelian produk obral dilakukan dalam tiga langkah mudah. Membeli dan membayar dan menunggu barang sampai di alamat pembeli, atau Membeli dan mengirim dan membayar ketika barang sudah sampai. Mencari produk yang diinginkan sangatlah mudah: Cukup masukkan kata kunci produk yang Anda cari dan gambar produk akan ditampilkan.

Keamanan dilindungi dari ancaman yang dapat menciptakan kondisi, keadaan, atau peristiwa yang mengakibatkan penyalahgunaan data, penipuan, modifikasi data (Efendi & Rahmiati, 2020). Keamanan dalam teknologi dengan terjaminnya privasi informasi dan pemahaman teknologi bagi pengguna akan membuat pengguna percaya dalam menggunakan teknologi dalam bertransaksi. Keamanan informasi dapat diartikan sebagai perlindungan informasi yang dapat meminimalkan risiko berbagai ancaman. Keamanan dapat diwujudkan dengan

memahami pengguna terkait dengan teknologi, menerapkan prosedur berdasarkan kebijakan, dan berfungsi memberikan keamanan bagi pengguna (Irawan & Affan, 2020). Persepsi setiap individu terhadap keselamatan berbeda-beda dengan evaluasi yang dihasilkan pengguna.

Oleh karena itu, keamanan pengguna shopee sangatlah penting karena itu dapat menjadi pedoman bagi pengguna bahwa jika mereka berbelanja di shopee mereka merasa aman dan terlindungi dari berbagai bahaya baik dari penipuan produk dan menjaga privasi pembeli sendiri.

Minat Beli adalah sebuah perilaku yang akan ditunjukkan oleh pembeli apabila mereka melihat dan tertarik pada sebuah produk. Ketertarikan ini bisa jadi dimulai dari pertama bentuk produk yang menarik, kualitas produk yang baik, dan pelayanan dari penjual yang memuaskan. Jika pembeli sudah tertarik dan nyaman menggunakan produk maka akan dipastikan mereka akan menjadi pelanggan tetap untuk produk ini.

Oleh karena itu, makin banyak penjual yang berlomba-lomba untuk dapat menarik pembeli dengan cara apapun. Mereka saling bersaing untuk menarik pembeli agar mempunyai minat beli terhadap produk mereka.

Minat beli menurut (S. I. Putri et al., 2022) berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, minat beli dengan menggunakan marketplace Shopee secara berturut-turut paling dipengaruhi oleh minat preferensial, minat referensial, minat transaksional, dan terakhir minat eksploratif. Minat

preferensial adalah minat yang timbul karena konsumen memiliki preferensi atau kesukaan terhadap suatu produk atau merek tertentu. Dalam hal ini, konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk atau merek yang sudah mereka kenal dan sukai. Minat referensial adalah minat yang timbul karena konsumen melihat atau mendengar pendapat orang lain tentang suatu produk atau merek. Dalam hal ini, konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk atau merek yang direkomendasikan oleh orang lain yang mereka percayai. Minat transaksional adalah minat yang timbul karena konsumen tertarik dengan penawaran atau promosi yang ditawarkan oleh suatu produk atau merek. Dalam hal ini, konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk atau merek yang menawarkan harga yang kompetitif, diskon, cashback, atau voucher. Minat eksploratif adalah minat yang timbul karena konsumen ingin mencoba atau mengeksplorasi suatu produk atau merek baru. Pada saat ini, konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk atau merek yang belum pernah mereka coba sebelumnya.

Berdasarkan penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa minat preferensial dan minat referensial lebih berpengaruh terhadap minat beli dengan menggunakan marketplace Shopee dibandingkan dengan minat transaksional dan minat eksploratif. Hal ini karena minat preferensial dan minat referensial lebih berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, sedangkan minat transaksional dan minat eksploratif lebih berkaitan dengan faktor eksternal, seperti harga dan promosi.

Menurut (Batu et al., 2020) dalam penelitiannya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli secara online di Indonesia, menemukan bahwa kemudahan dalam mengakses website, pemasaran mesin pencari, spanduk web, media sosial, pemasaran afiliasi, dan pemasaran email, berpengaruh positif terhadap minat membeli secara online. Hal ini berarti bahwa konsumen akan lebih tertarik untuk membeli secara online apabila mereka merasa mudah untuk mengakses website atau aplikasi belanja online, menemukan produk yang mereka inginkan, dan melakukan transaksi. Selain itu, penelitian tersebut juga menemukan bahwa hal-hal yang dilakukan oleh masing-masing pasar untuk menarik minat konsumen juga menjadi hal lain yang penting untuk dibahas. Hal ini karena pasar memiliki strategi dan pendekatan yang berbeda-beda dalam menarik minat konsumen.

Berdasarkan penelitian yang dijelaskan di atas, peneliti tertarik untuk menganalisis dan meneliti serta dalam bentuk penelitian dengan judul **“Pengaruh *Payment System*, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Beli Shopee Di Kota Batam”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan pengamatan dilapangan dapat diidentifikasi beberapa masalah untuk meningkatkan minat beli konsumen adalah sebagai berikut.

1. Konsumen mengalami gagal bayar saat menggunakan Shopee Pay.

2. Barang yang di kirim banyak yang rusak, terbuka ataupun tidak sesuai pesanan.
3. Kemudahan dalam transaksi online di Shopee banyak yang disalah gunakan dengan cara pembocoran kode OTP (One Time Password).
4. Banyaknya penjual yang tidak jujur di shopee sangat mempengaruhi minat beli konsumen.

1.3. Rumus Masalah

1. Bagaimana pengaruh payment system terhadap proses pembayaran produk.
2. Bagaimana cara mengatasi kerusakan ataupun barang yang tidak sesuai pesanan.
3. Apa kemudahan yang akan konsumen dapatkan dari fitur online payment system.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh payment system terhadap kemudahan dalam bertransaksi barang di Shopee Pay.
2. Untuk menganalisis kemudahan apa saja yang biasa disalah gunakan dalam bertransaksi Shopee.
3. Untuk menganalisis pengaruh kamanan dalam bertransaksi produk pada jasa pengiriman di Shopee.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, serta dapat melatih dan menerapkan teori-teori dan sebagai tolak ukur daya serap mahasiswa terutama dalam hal Payment System, keamanan dan kemudahan dalam pendistribusian produk di Shopee.

1.6. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya terkait dengan minat beli konsumen.
2. Mengetahui pentingnya pengetahuan faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap payment system, keamanan, dan kemudahan dalam pendistribusian produk.

1.7. Manfaat Praktis

1. Bagi Shopee

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan suatu masukan untuk berbagai pihak khususnya dalam kemananan dan kemudahan dalam pembayaran maupun pengiriman.

2. Sebagai bahan referensi dan informasi bagi mahasiswa lain yang ingin meneliti lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan pemasaran terhadap distribusi produk.